

金苑文库 第四辑

◆ 陈月波 著

电子商务 盈利模式研究

DIANZI SHANGWU YINGLI MOSHI YANJIU



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大學出版社

电子商务盈利模式研究

陈月波 著

浙江大學出版社

责任编辑 王大根 周庆元
封面设计 刘依群
出版发行 浙江大学出版社
(杭州天目山路148号 邮政编码310028)
(E-mail: zupress@mail. hz. zj. cn)
(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心
印 刷 富阳市育才印刷有限公司
开 本 787mm×960mm 1/16
印 张 12.5
字 数 232千
版 次 2006年12月第1版 2006年12月第2次印刷
书 号 ISBN 7-89490-325-6
定 价 23.00元

前 言

从 1996 年我国第一笔互联网交易取得成功开始算起,电子商务在我国已经有了 10 个年头的发展历史。期间,我国电子商务经历了起步、发展、网络泡沫破灭、理性回归、快速发展等时期,电子商务的商业模式也变得越来越多样化,并且不断趋于成熟,电子商务商业模式的研究也成为当前国内外研究的热点问题。电子商务的盈利手段层出不穷,一些门户网站的广告业务量也是不断增长。与此同时,很多网站不断推出新的特色服务,如 Google 允许用户定制更具有鲜明特色的主页,包括股票指数、天气预报、电子消息预览等,以进一步吸引网民的关注。在过去的 10 年里,中国的网民增加了 140 倍,每年以 20%~30% 的速度增加,2007 年 6 月底互联网用户达到 1.23 亿,网民数仅次于美国居第二位,预计 2006 年年底将达到近 1.6 亿。

互联网是创造财富奇迹的时代,互联网的“第一浪”造就了网易丁磊、搜狐张朝阳等一批富豪。网络游戏,则将盛大的陈天桥一夜之间推上了“中国首富”的宝座。而电子商务、即时通信、搜索引擎,又产生了阿里巴巴的马云、腾讯的马化腾、百度的李彦宏等一批网络“大亨”。目前,一个叫做“博客”的网络新贵,又产生了像方兴东这样许许多多新生代的网络富豪……那么,将来还会有意想不到的奇迹和财富神话产生吗?回答是可以肯定的。

电子商务发展已经进入了黄金时期,随着互联网产业的规模日益扩大,中小企业纷纷加入电子商务的行列,搜索引擎市场的潜力逐渐被市场认可。像网络游戏、博客网、红娘网、虚拟连锁店等新的商业模式正在不断涌现,像阿里巴巴、盛大网络、中香科技、百度等互联网创造的一个个财富神话令人瞠目,随着《电子签名法》、《电子支付指引》等的法律、法规的制定与生效,针对电子商务市场环境 with 电子交易安全的法律环境越来越完善。

我国网上交易额迅猛增长,2005 年达到了 6800 亿元。我国网民网上消费购物比例到 2005 年底已经达到了 71.3%,超过了亚太地区 70% 的平均水平。电子支付逐渐为大众所接受。根据工商银行的最新统计,个人银行客户达到 1485 万多户,企业网上银行客户达到 32 万多户,交易额达到了 42 万亿元。

随着信息技术的发展,电子商务的内涵和外延也在不断地充实和扩展,并不

断被赋予新的含义,开拓出更广阔的应用空间。电子商务将成为 21 世纪人类信息世界的核心,也是网络应用的发展方向,具有无法预测的增长前景。电子商务还将构筑 21 世纪新型的经济贸易框架。大力发展电子商务,对于国家以信息化带动工业化的战略,实现跨越式发展,增强国家竞争力,具有十分重要的战略意义。

作者一直以来长期关注电子商务盈利模式的研究,特别是对互联网上新出现的商业模式、新颖的盈利模式以及电子商务发展对我国传统企业的影响等方面的研究。本书正是在大量地阅读了国内外专家对电子商务盈利模式的研究成果的基础上,结合自己的研究思考而完成的。

著 者

2006 年 10 月

目 录

第一章 电子商务发展概况

- 第一节 全球电子商务发展概况 1
- 第二节 我国电子商务发展概况 3
- 第三节 我国电子商务发展特点 13

第二章 关于电子商务

- 第一节 关于电子商务的概念 23
- 第二节 关于电子商务的组成要素 26
- 第三节 关于电子商务的分类 27
- 第四节 关于电子商务的特点 31
- 第五节 电子商务的应用模式 34
- 第六节 电子商务的支付模式 41

第三章 电子商务主要盈利模式分析

- 第一节 电子商务的商业模式 44
- 第二节 B2C 电子商务模式 46
- 第三节 B2B 电子商务模式 55
- 第四节 C2C 电子商务模式 64
- 第五节 B2B、B2C、C2C 三种商业模式比较 70
- 第六节 电子商务常见的盈利模式 74

第四章 垂直电子商务盈利模式分析

- 第一节 垂直 B2B 电子商务概述 81
- 第二节 垂直 B2B 电子商务的盈利特点 83
- 第三节 垂直电子商务发展中存在的问题 87
- 第四节 垂直电子商务盈利案例分析 89

第五章 博客网站盈利模式分析

- 第一节 博客的发展简史 97
- 第二节 博客的概念 100
- 第三节 博客的盈利方式 104
- 第四节 博客的营销 109
- 第五节 博客的作用与运营状况 112

第六章 即时通信盈利模式分析

- 第一节 即时通信(IM)概况 114
- 第二节 即时通信盈利点 117
- 第三节 即时通信的发展 119
- 第四节 腾讯 QQ 盈利模式分析 120
- 第五节 MSN 盈利模式分析 126

第七章 音乐网站盈利模式分析

- 第一节 音乐网站概况 129
- 第二节 音乐网站盈利模式 130
- 第三节 音乐网站运营状况 131
- 第四节 音乐网站盈利模式案例分析 132

第八章 96188 祐康电子商务盈利模式分析

- 第一节 96188 祐康电子商务概况 141
- 第二节 祐康电子商务的经营优势 142
- 第三节 祐康电子商务的盈利模式 143
- 第四节 祐康电子商务与浙江金融职业学院合作 145

第九章 游戏网站盈利模式分析

- 第一节 游戏网站概况 147
- 第二节 游戏网站盈利模式 148
- 第三节 《泡泡堂》的成功模式 152
- 第四节 QQ 网络游戏 153
- 第五节 盛大游戏网站盈利模式分析 155

第十章 阿里巴巴盈利模式分析	
第一节 阿里巴巴概况.....	157
第二节 阿里巴巴网站及其运营模式.....	158
第三节 阿里巴巴中国网站的业务分析.....	166
第四节 阿里巴巴商业模式分析.....	169
第十一章 中香化学网盈利模式分析	
第一节 中香化学网概况.....	173
第二节 以传统业务为基础,开创四流合一的电子商务模式	175
第三节 创造“中香”自主品牌.....	178
第四节 中香化学成功的经验.....	178
第十二章 未来电子商务模式分析	
第一节 未来电子商务的模式.....	180
第二节 我国电子商务未来发展趋势.....	183
参考文献	188

第一章

电子商务发展概况

电子商务概念在 1993 年引入中国。1996 年,中国出现了第一笔网上交易。1998 年,以推动国民经济信息化为目标的企业间电子商务示范项目开始启动。自 1999 年以来,电子商务在中国开始了由概念向实践的转变。从最初的 B2C 模式扩展到 1999 年的 C2C 网上拍卖以及 1999 年末兴起的 B2B 模式,电子商务在中国取得了良好的发展。2000 年,互联网泡沫破裂,对电子商务发展造成了沉重打击。2002 年,随着增值服务的兴起和运营环境的成熟又促进了电子商务的发展。2004 年,中国电子商务的增长率为 73.7%,营业额达到 4800 亿人民币,约为全球电子商务营业额的 2%。2005 年达到了 6800 亿元,其中 B2B 就达到了 6446 亿元。当今,电子商务的发展如日中天,巨大的网民数量为电子商务的发展提供了无限广阔的空间。下面从全球范围和我国的电子商务发展情况作一简单的概述。

第一节 全球电子商务发展概况

电子商务具有全球化、方便快捷、成本低、效率高、选择性强等优点,因此,发展十分迅速。2005 年,全球电子商务的增长率为 25.3%,整体营业额为 27748 亿美元,通过电子商务实现的交易占全球贸易的 15%~20%。在电子商务的几种交易方式中,B2C 和 B2B 所占分量较重,而其中又尤以 B2B 所占比例最大。在全球电子商务销售额中,B2B 业务所占比例高达 80%~90%。

1998 年,美国在线购物达到 48 亿美元。2000 年,上升到 200 亿美元。B2B 的网络贸易,从 1998 年的 156 亿美元上升至 2000 年的 1750 亿美元。1998 年,日本 B2B 电子商务的规模约为 9 兆日元。2003 年底,日本 B2B 电子商务市场规模达到 68 兆日元,平均年增长率达 50%。亚洲电子商务 2000 年达到 84 亿美元,每年以超过 2 倍的速度增长,到 2003 年达到 480 亿美元。欧盟成员中 B2B 互

联网交易在 2004 年达到 13000 亿美元,占整个欧盟国民生产总值的 12.9%。韩国电子商务的基础设施在国际社会公认为世界级水平,宽带普及率是世界上最高的。据 IDC 的一项调查,在信息化社会的排名中,韩国居世界第八位,居亚洲首位。韩国的电子商务显示了迅猛的态势和持续的增长,2003 年,韩国电子商务的规模达 2040 亿美元。

1997 年 4 月,欧盟提出了《欧盟电子商务行动方案》;1997 年 7 月,美国提出了《全球电子商务框架》。韩国在电子商务、电子政务方面的立法比较健全,目前,已经形成了较为完善的电子商务、电子政务法律体系。在美国总统的倡议下,世界贸易组织 132 个成员国决定使 INTERNET 成为自由贸易区,期限至少为一年。我国政府积极支持电子商务活动的开展,先后批准北京、上海、天津等城市作为我国电子商务的试点城市,并开始计划制定一系列相应的政策、法规等等。

近几年,“信息化”的概念已经在全球“炒热”。发达国家的计算机网络建设已日臻完善,应用也相当广泛,已经进入到进一步开放市场、普及民众及推动技术发展的新阶段,以电子商务带动经济增长。美国 DELL 公司通过网络直销,一跃成为世界第二大 PC 供应商。CUC 公司利用其 25 万种商品的数据库,通过网络销售,年收益每 4 年翻一番。

加拿大和欧盟几年前就成立了电子商务委员会,该委员会是负责电子商务试点、法律构架筹备等事务的协调机构。加拿大甚至还提出要成为世界电子商务的领导者。与美国相似,欧盟在建设覆盖整个欧洲的信息网的同时,为提高信息的利用率,取得更好的经济效益和社会效益,各成员国政府以及地方政府都投入了大量人力和物力。

当前,亚洲电子商务的重心已由日本转移到中国及印度。亚洲企业家在各个领域纷纷推出电子商务活动,范围涵盖银行、消费品、旅游等方面。

概括起来看,全球电子商务的发展可以从以下几个方面看出:

(1)全球互联网用户数量快速增长。1996 年不足 0.4 亿,到 2000 年 6 月已经达到 2.6 亿以上。根据联合国贸易与发展组织(UNCTAD)发布的《电子商务与发展报告》表明,截至 2002 年底,全球互联网用户数目达到 5.91 亿,到 2005 年达到了 9.5 亿。

(2)电子商务交易额直线攀升,呈指数规律增长。1994 年,全球电子商务销售额仅为 12 亿美元。1997 年,即达到 26 亿美元。1998 年,销售额竟高达 500 亿美元,比 1997 年增长了近 20 倍。2000 年,更猛增到 3000 亿美元。有人估计,2006 年全球电子商务交易额将占全球贸易额的 18%左右。

(3)全球电子商务的法律环境日益完善。国际社会正在努力打破地区、国家

之间的界限,建立一套国际统一的贸易规范与法律框架,包括对电子合同的认可、接受电子签名以及其他类似授权程序的规则,制定争端解决机制,制定权责明确的根本原则,等等。1999年2月,欧盟提出建立一个旨在协调全球通信,特别是电子商务的国际宪章的提议。1999年5月,美日两国发表联合声明,双方在关税、税收、隐私权、身份确认等方面确定了共同原则。1998年5月,世贸组织132个成员国签署《关于电子商务的宣言》。

(4)全球电子商务支付成为可能。目前,网络技术和安全技术的发展与应用已使全球电子支付成为可能。

(5)国际上基于公开密钥体制(PKI)的CA安全认证保障体系,已被普遍认可。多数国家都在建立自己的CA安全认证保障体系,但是还没有国际统一的认证机构。目前,许多国家都在为建立一套完整的安全保障制度而努力。

(6)在网上交易税收方面,1997年12月,欧盟与美国发表了有关电子商务的联合宣言,承诺建立“无关税电子空间”。美国依据“全球电子商务政策框架”规定的原则,已经分别与日本、法国、加拿大、荷兰、爱尔兰、澳大利亚、韩国、菲律宾、智利、埃及等国签署了《电子商务联合宣言》。这些方面都充分说明了,世界范围内的电子商务得到了飞速发展。

全球电子商务的飞速发展,为我国电子商务发展提供了良好的外部环境;我国的进一步对外开放,我国经济与各国经济更加紧密地依存,加上我国经济的高速发展,为电子商务发展提供了良好的经济环境;国外资本的注入,也进一步加快了我国电子商务和国际接轨的进程。

第二节 我国电子商务发展概况

一、我国电子商务发展回顾

我国的计算机应用已有40多年历史,但互联网仅有10多年历史。1987年9月20日,中国的第一封电子邮件越过长城,通向了世界,揭开了中国使用互联网的序幕。通常把我国电子商务发展过程分为三个阶段:

第一阶段:1990—1993年,开展EDI的电子商务应用阶段。

我国从上世纪90年代开始,开展EDI的电子商务应用。自1990年开始,国家计委、科委将EDI列入“八五”国家科技攻关项目。如外经贸部国家外贸许可证EDI系统、中国对外贸易运输总公司中国外运海运/空运管理EDI系统、中国化工进出口公司“中化财务、石油、橡胶贸易EDI系统”及山东抽纱公司“EDI在出口贸易中的应用”等。1991年9月,由国务院电子信息系统推广应用办公

室牵头会同国家计委、科委、外经贸部、国内贸易部、交通部、邮电部、电子部、国家技术监督局、商检局、外汇管理局、海关总署、中国银行、中国人民银行、中国人民保险公司、税务局、贸促会等部委发起成立了“中国促进 EDI 应用协调小组”。同年 10 月,成立了“中国 EDIFACT 委员会”并参加亚洲 EDIFACT 理事会。EDI 已在国内外贸易、交通、银行等部门得到广泛应用。

第二阶段:1993—1997 年,政府领导组织开展的“三金工程”阶段,为电子商务发展打基础。

1993 年,成立以国务院副总理为主席的国民经济信息化联席会议及其办公室,相继组织了金关、金卡、金税等“三金工程”,取得了重大进展。1994 年 5 月,中国人民银行、电子工业部、全球信息基础设施委员会(GIIC)共同组织了“北京电子商务际论坛”,来自美国、英国、法国、德国、日本、澳大利亚、埃及、加拿大等国 700 人参加。

1994 年 10 月,“亚太地区电子商务研讨会”在京召开,使电子商务概念开始在我国传播。

1995 年开始,中国互联网开始商业化,互联网公司开始兴起。

1996 年 1 月,成立国务院国家信息化工作领导小组,由副总理任组长,20 多个部委参加,统一领导组织我国信息化建设。1996 年,金桥网与因特网正式开通。

1997 年,信息办组织有关部门起草编制我国信息化规划。1997 年 4 月,在深圳召开全国信息化工作会议,各省市地区相继成立信息化领导小组及其办公室,开始制订本省包含电子商务在内的信息化建设规划。1997 年,广告主开始使用网络广告。1997 年 4 月以来,中国商品订货系统(CGOS)开始运行。

第三阶段:1998 年,开始进入互联网电子商务发展阶段。

1998 年 7 月,中国商品交易市场正式宣告成立,被称为“永不闭幕的广交会”。中国商品现货交易市场,是我国第一家现货电子交易市场,1999 年现货电子市场电子交易额当年达到 2000 亿人民币。中国银行与电信数据信局合作在湖南进行中国银行电子商务试点,推出我国第一套基于 SET 的电子商务系统。1998 年 10 月,国家经贸委与信息产业部联合宣布启动以电子贸易为主要内容的“金贸工程”,它是一项推广网络化应用、开发电子商务在经贸流通领域的大型应用试点工程。1998 年,北京、上海等城市启动电子商务工程,开展电子商场、电子商厦及电子商城的试点,开展网上购物与网上交易,建立金融与非金融论证中心,制定有关标准、法规,为今后开展电子商务打下基础。

1999 年 3 月,8848 等 B2C 网站正式开通,网上购物进入实际应用阶段。

1999 年,兴起政府上网、企业上网,电子政务(政府上网工程)、网上纳税、网

上教育(湖南大学、浙江大学的网上大学),远程诊断(北京、上海的大医院)等广义电子商务开始启动,并进入实际试用阶段。

2000年,我国电子商务进入了务实发展阶段。

2002年,电子政务进入全面实施阶段,政府采购投资就有350亿元(硬件250亿,软件45亿,信息服务55亿元),比同期增长25%。电子政务全面实施有力地促进了电子商务的发展。2002年7月,国信办公布《关于我国电子政务建设的指导意见》:建立两个统一的电子政务网络平台;推进12项金字工程建设(金税、金关、金财、金审等);加快重要战略性数据库建设(人口、农业信息库等)。全国各级政府申请的gov.com域名,到2001年1月止有4615个,到2002年12月止已有7796多个。在一些省,乡镇政府已全部上网,各级政府网站都已在网上发布政府信息,开辟了与公众沟通交流和提供服务的渠道,不少地方政府建立了面向群众的信息发布查询系统,设立“市长信箱”、“政府信箱”,方便公众参政议政。

北京首都公用信息平台建立了142个政府网站,开展80多项网上办公项目,提供下载办公文告表格565种。上海建立了143个政府网站,实现跨部门工商网上并联审批,过去要花30多天跑18个部门,现在只要5天跑1个部门就完成。广州市已建立了76个政府网站、93个应用系统,如43个部门在“企业注册和年检并联审批系统”进行网上审批等。青岛电子政务工程被国务院办公厅和科技部评为全国电子政务示范工程之一,创下技术性能最先进、信息资源最丰富、访问量最大等政府网站建设多项纪录。在电子政务战略、技术研究及电子政务规划建设等方面也走在全国前列。海关等部门建立电子口岸系统,在网上进行进出口报关通关业务管理,企业可以在网上完成报关通关手续。全国税务系统计算机广域网点已超过4000多点,基本建成全国性税务计算机网,全国2000多万户纳税人纳入计算机管理,全国75%的税款通过计算机征收,防伪税务监控系统已在全国推行,税务部门在部分地区开展网上申报与缴税的试点,网上征税已在上海、江苏、山东、广东等部分省市实现。网上政府招标采购已在部分省市开始实施,如深圳市6亿元药品已在网上招标、采购。

由于电子商务基础设施等外部环境的进一步完善,现实市场对电子商务的需求正在成熟,电子商务软件和解决方案的“本土化”趋势加快,着眼于国内应用的电子商务软件和解决方案逐渐在市场上占据主导。

各个行业电子商务迅速发展。2002年,外贸电子商务的运行环境得到极大改善。全国进出口许可证联网申领与发证系统全面投入运行,企业可以在网上申领进出口许可证;外经贸部早已在国际互联网上建立了在线广交会、中国商品交易市场、中国技术出口交易会、中国招商等站点,其中中国外经贸(Chinamar-

ket.com.cn),已有 8000 多家企业、近 3 万种商品在这个虚拟市场上常年展示,为展客商提供信息发布、贸易撮合、网上洽谈、辅助成交等电子商务服务。

据统计,2002 年广交会各网站的访问量累计总数达 5090 万次,比上届同期增长 50.95%。其中,境外访问量累计数为 2589 万次。广交会网站三个平台意向成交量为 2.18 亿美元,确认的成交量为 4784.77 万美元。

2002 年,建立了义乌小商品在线国际博览会,促进了小商品出口。全国加工贸易联网审批管理系统已在全国推广,全国有 300 家审批机关,2 万多家企业已实现加工贸易网上申报、审批、实时监控与管理。

全国商业银行营业网点已实现电子化,金融系统由人民银行和全国 12 家商业银行联合建成的中国金融认证中心(CFCA)已开通运行。招商银行、中国银行、中国工商银行、建设银行及农业银行均已开展网上业务,电子支付逐渐为大众所接受。2001 年,中国工商银行网上交易额达 6000 亿元,2002 年突破 5 万亿元。根据工商银行的最新统计,到 2005 年,个人银行客户达到 1485 万多户,企业网上银行客户达到 32 万多户,交易额达到了 42 万亿元。目前,我国的北京、上海、杭州、南京等十大发达城市的网民中,已经有 20%的个人用户和超过 10%的企业用户正在使用网上银行服务。

全国 101 家证券公司、239 家信托投资公司的证券营业部,目前已经基本上建立了电子化业务处理系统,计算机与网络通信技术已成为支撑各项证券业务运转的关键措施。上海、深圳、北京等地证券公司在网上建立站点,能提供股市行情,网上进行证券在线交易(网上炒股),2002 年通过互联网完成证券交易 5230 亿元。

2002 年,大多数保险公司都开通了网站,部分已向电子商务型发展,如中国人保的 e-picc,平安保险的 pal8 等网站,客户可通过网上投保车险、家财险、货运险,并可享受保单验真、保费试算、理赔查询、投诉报案、风险评估、保单批改等实时服务。保险行业都建立了行业网站,在网上发布产品信息,进行网上洽谈、签约,开展网络经销。

房地产交易系统网上在线交易,2002 年盛夏起,客户就可以通过安装在中国电信主机房服务器内的 EES 房地产信息在线交易系统进行房地产交易。当前,中国建材商品网、中国装饰材料网、中国水泥网、鲁班网络、易网五金网等建筑、建材网站,已形成多品种、广覆盖、纵横交错的网络格局。

旅游业也已启动电子商务,国家旅行社、青年旅行社开展网上旅游业务,网上预订旅游景点宾馆饭店,安排旅行计划等。全国旅游网站已近 300 家,网上旅游市场发展很快,中华万游网、华夏旅游网、康辉专业出国旅游网站、携程旅游网和旅游资讯网推出的特色旅游受到普遍欢迎。

我国农业网站发展很快。不仅各省市普遍建立了农业信息网,还涌现了类似中华十亿农副产品网、福州亚峰、南京白云亭这样一些大型网上市场。网上经营的品种一改 2005 年以粮食、化肥为主的局面,副料、家禽、农药、土特产、花卉、园林、水产品、茶叶、鲜果等全部上网。江苏目前已有九大类、30 个农产品市场实现了联网,网上销售菜粮等农产品 23 亿千克。环球农商网、中青农网、中国农村星火数据广播网让农民用电视机即可走进网络时空,成为面向 9 亿农民的数字化信息网络。

农村供求信息服务系统,农村供求信息全国联播系统(农村供求一站通),一年来已有注册会员 18000 家,每月颁布信息 6000 条,内容详查 13 万条。中国农业信息网(www. agri. gov. cn)已成为中国最全面、权威的农业信息网络,每月点击已达到 1000 万次,农产品价格供求信息还通过中国联通的寻呼机向全国用户发送。

网上农产品超市开通,从 2002 年 5 月起利用互联网销售农副产品。市民只要登陆 <http://www. hhl. com. cn> 网址,就可以看到图文并茂的大兴蔬菜、瓜果、肉食等农副产品的介绍,公司设立配送站点的小区居民通过网络订货后,该公司针对顾客的要求进行清洗、加工和配送,市民不出小区就可购买到新鲜、便宜的优质农副产品。目前,已有 6 万户北京市民成为该公司会员。自 1997 年至今,南通市农民通过上网销售的农产品累计达到 200 多个品种,实现销售额近数亿元。

有关电子商务应用与发展中的安全问题受到前所未有的重视,电子商务的环境继续改善。我国发展电子商务的环境(网络基础设施建设等运行环境、法律环境、市场环境网上支付、信息安全、认证中心建设等条件)逐步完善,国家有关电子商务的政策、法规即将出台,已为电子商务的发展建立了基本的条件。物流配送出现了一些进展,拥有我国最大传递网络的中国邮政加盟电子商务领域,一些专门为电子商务项目服务的专业配送企业也相继出现。

行业认证中心,如电信、海关、中国人民银行牵头组织的安全认证中心已经成立,上海、广州等城市的认证中心也相继成立,与安全标准、电子签名、密码系统等相关核心技术的开发也得到重视并加大了投入力度。

2004 年 8 月 28 日,全国人大第十一次会议表决通过了《电子签名法》。

根据北京水清木华科技有限公司提供的《2005 年中国电子商务盈利模式研究报告》显示,中国电子商务的增长率为 73.7%,营业额达到 4800 亿人民币。

改革开放以来,我国经济保持了 25 年之久的高速增长,GDP 年均增速保持在 9%以上。到 2003 年,我国 GDP 总量已超过 11.6 万亿元,排在世界第六位;人均水平从 1978 年的不足 200 美元,达到目前的人均 1094 美元,真正实现了从

低收入穷国向中等收入的发展中国家的历史阶段性转变。从历史上看,从来没有一个新兴工业化国家能够持续保持 25 年的 9% 高速增长。我国经济的高速发展,为电子商务发展提供了良好的经济环境。

二、2005 年中国电子商务发展概况

2005 年,中国电子商务市场继续保持了不俗的表现。《电子签名法》的实施、《电子支付指引》的颁布为电子商务宏观环境的完善提供了法律基础和政策依据。中小企业电子商务应用热情点燃了 B2B 市场竞争的战火,互联网用户人数突破 1 亿大关,为 B2C 业务的平稳增长奠定了坚实的用户基础。淘宝、Ebay 易趣的竞争升级,当当、腾讯的进入,加剧了 C2C 市场的竞争,第三方支付平台的兴起掀起了网上支付的热潮。电子商务成为 2005 年最受瞩目的互联网业务之一。

1. 互联网用户数量飞速增长

如图 1-1 所示,中国互联网络信息中心(CNNIC)提供的我国历次调查上网用户总数。1996 年中国互联网用户为 10 万,1999 年为 400 万,2000 年达到 1690 万,2001 年为 2650 万;到 2006 年 6 月底,我国上网用户总数为 1.23 亿,宽带用户数量超过半数,两者都居世界第二。

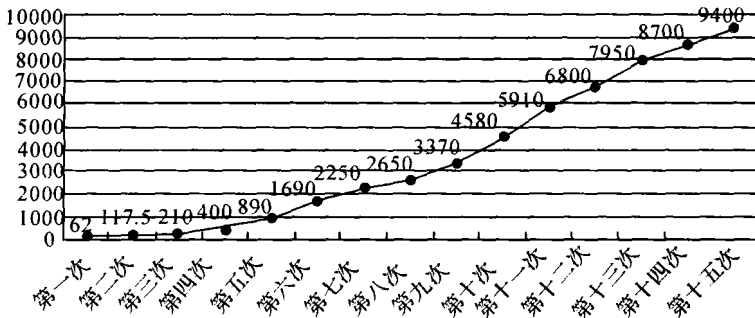


图 1-1 我国历次调查上网用户总数(CNNIC 提供)

2. 互联网产业规模迅速增长

2005 年互联网产业达到了 375 亿元,预计到 2010 年可达到 1550 亿元,每年以 30% 的速度增长。2005 年,全国上网费用总规模已经超过了 1000 亿。近 10 年来,中国互联网也已经形成规模,互联网应用走向多元化。人们在工作、学习和生活中越来越多地使用互联网,整个经济社会的运行已经离不开互联网。互联网已经从单一的行业发展成为深入我国各行各业,深刻影响社会大众生活方式、工作方式与交流方式的虚拟世界。

3. 电子商务交易额迅猛增长

如图 1-2 所示,2004 年达到 4800 亿元,2005 年达到了 6800 亿元,其中 B2B 占了 95%(光一个阿里巴巴占了 78%);C2C 成交额达到 139 亿多,如图 1-3 所示,比 2004 年增长了 280%,其中淘宝网 2005 年的交易额达到了 79 亿元。我国网民网上消费购物比例到 2005 年底已经达到了 71.3%,超过了亚太地区 70%的平均水平。

2005 年中国电子商务市场交易额达 6800 亿元

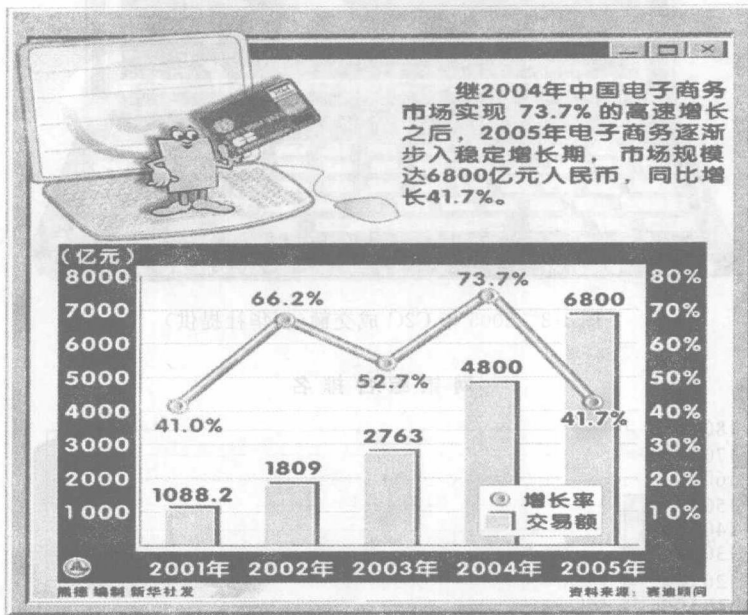


图 1-2 电子商务交易额变化(新华社提供)

4. 网络银行发展迅速,电子支付逐渐为大众所接受

2005 年,网络银行的综合排名如图 1-4 所示。网银第一梯队(120 分以上):工商银行、招商银行;网银第二梯队(90~120 分):兴业银行、民生银行、浦发银行、建设银行、中信银行;网银第三梯队(70~90 分):光大银行、中国银行、农业银行、广发银行、深圳发展银行;网银第四梯队(70 分以下):交通银行、上海银行、华夏银行、北京银行。工行和招行以绝对的综合得分优势,分别获得本次网上银行评测的第一、二名。

根据工商银行的最新统计,个人银行客户达到 1485 万多户,企业网上银行客户达到 32 万多户,交易额达到了 42 万亿元。我国的北京、上海、杭州、南京等十大发达城市的网民中,已经有 20%的个人用户和超过 10%的企业用户正在使